



Perch  le imprese hanno bisogno di leadership femminili. Di Barbara De Micheli

Volentieri ripubblichiamo questa interessante riflessione, che traiamo dal sito www.ingener.it, di cui evidenziamo l'interesse per ogni organizzazione, di impresa e non solo.

Perch  le imprese hanno bisogno di leadership "femminili"

I tempi richiedono un modello di leadership che tenga conto di capacit  e competenze tradizionalmente ritenute superflue per l'esercizio dei ruoli di comando. Ecco perch  le donne, ma non solo, possono fare la differenza all'interno di imprese e organizzazioni.

Di Barbara De Micheli per www.ingener.it

Il mondo   in continuo cambiamento: tecnologie di informazione e comunicazione sempre pi  veloci e interconnesse; tempi e modi di lavoro sempre pi  flessibili e discontinui; gruppi di lavoro sempre pi  variegati e compositi, con persone appartenenti a generi, generazioni e culture diverse; dimensioni aziendali sempre pi  parcellizzate ma su scala globale; cambiamenti rapidi e innovazione costante. Un tale scenario non pu  essere letto, gestito e tantomeno interpretato nei suoi possibili sviluppi futuri, affidandosi ad uno stile di leadership unico e standardizzato, quello che percepiamo come uno stile neutro rispetto al genere ma che, nei fatti, pu  essere considerato come uno stile "maschile", sia per la predominanza degli uomini in posizioni di comando, sia perch  le caratteristiche che gli vengono associate sono quelle considerate tipicamente maschili.

Per leggere e gestire una realt  in continua evoluzione servono competenze di leadership che contemplino attitudini e capacit  un tempo non ritenute essenziali per esercitare un ruolo di comando ma che oggi sempre pi  imprese riconoscono come caratteristiche chiave di chi ricopra ruoli apicali. Si tratta di capacit  e competenze che fino a qualche anno fa non sarebbero state inserite nel profilo di un/a leader e che tradizionalmente, e forse anche in modo un po' stereotipato, vengono genericamente riconosciute come appartenenti al femminile.

Troviamo, in primo luogo, la capacit  di avere una visione di sistema e multidisciplinare, che consenta di riconoscere le connessioni tra i diversi ambiti, di creare collegamenti tra una visione generale ed un'analisi del particolare, con un'attitudine a integrare un'analisi di scenario con un pragmatismo che veda e metta in atto le implicazioni operative, presenti e future.

Diventa altrettanto importante avere la capacit  di valorizzare le differenze che sempre pi  convivono all'interno delle organizzazioni aziendali, promuovendo strategie gestionali che consentano a ciascun individuo di esprimere al meglio il proprio talento, mantenendo costante l'attenzione al benessere delle persone e alle loro esigenze di trovare un equilibrio tra la propria vita professionale e la propria vita personale, in accordo con le diverse fasi del ciclo della loro vita.

Comincia ad essere riconosciuto dalle imprese e dalle organizzazioni il valore della capacit  di ascoltare, come competenza essenziale per intercettare bisogni, aspettative e opportunit  nel momento in cui si delineano, lavorando per trasformarle in risorse, nuove opportunit  e anche nuovi servizi e per evitare che divengano occasioni di conflitto, che rapidamente si tramutano in costi per la struttura e per il suo sviluppo. Assume valore la capacit  di attivare ambienti e sinergie di collaborazione, superando il vecchio divide et impera a favore della valorizzazione dell'empatia e dell'investimento di energie per creare ambienti improntati alla reciproca fiducia e conoscenza, con team capaci di mettere insieme le proprie risorse per trovare soluzioni a nuove sollecitazioni che possano provenire dall'interno o dall'esterno delle organizzazioni.

Altrettanto importante diventa la capacit  di creare consenso creando reti all'interno dell'organizzazione "tra diverse aree e dipartimenti" ma anche tra l'organizzazione e l'esterno, ponendosi all'interno di network multi attori che si propongano di sviluppare un'innovazione sempre pi  attenta al sociale.

A tutto ci  si aggiunga il riconoscimento, ormai evidente da qualche anno, dell'importanza cruciale della capacit  dei leader di comunicare, sia verso l'interno che verso l'esterno, e di gestire in modo competente e partecipato la dimensione relazionale all'interno e all'esterno delle aziende. Di tutti questi elementi si parla come di elementi innovativi di leadership e in questo senso le leader hanno la possibilit  di portare all'interno del mondo del lavoro delle competenze, riconosciute come peculiarmente femminili, che possono offrire un importante contributo sia in termini di innovazione nella gestione delle persone e delle risorse che di innovazione nei risultati. Eppure, come confermano i dati aggiornati al 2015, in Italia le donne, che si distinguono rispetto ai colleghi per risultati pi  brillanti nei

percorsi formativi, sono sempre troppo poche ai posti di comando.Â
Queste competenze e attitudini possono essere agite dalle poche donne che attualmente troviamo nelle posizioni apicali delle imprese in Italia e nel mondo ma possono anche essere adottate nello stile di leadership da uomini che siano meno aderenti a modelli tradizionali di gestione del potere e siano piÃ¹ disponibili a contribuire ad un cambiamento ormai necessario allâ€™interno delle organizzazioni.
www.ingenera.it